

Universidad del Salvador

**Facultad de Ciencias de la Educación y de la
Comunicación Social.**

Trabajo Final de Licenciatura

Carrera: Publicidad

Tipo de trabajo: Informe

Tema: La comunicación que no se ve.

Alumno: Carlos Alberto Sánchez

Director de la Carrera: Lic. Nelson Pollicelli

Fecha: 3 de noviembre de 2003

Correo electrónico:

sanchez@bariloche.com.ar

csanchez@grupoceb.com.ar

ÍNDICE

	Pág.
<u>Mi experiencia</u>	<u>3</u>
<u>Mis inquietudes</u>	<u>5</u>
<u>Mi investigación</u>	<u>5</u>
<u>Propuesta</u>	<u>6</u>
<u>Introducción</u>	<u>7</u>
<u>Definición PNL</u>	<u>8</u>
<u>Objetivos generales de la PNL</u>	<u>9</u>
<u>Nuestro Modelo del Mundo</u>	<u>10</u>
<u>Estado Interior</u>	<u>16</u>
<u>Cambio</u>	<u>23</u>
<u>Comunicación Digital y Analógica</u>	<u>27</u>
<u>Rapport y Sintonía</u>	<u>36</u>
<u>Sistema Representacional</u>	<u>38</u>
<u>Metamodelo</u>	<u>45</u>
<u>Conclusiones finales</u>	<u>55</u>
<u>Bibliografía</u>	<u>57</u>

LA COMUNICACIÓN QUE NO SE VE

Mi experiencia

La elección de mi carrera universitaria no fue una casualidad, como en tantas otras cosas donde la casualidad no existe. Desde la perspectiva que brindan los años encuentro que la comunicación fue uno de los temas centrales de mi vida profesional y personal.

De la habilidad y del dominio de esta disciplina, construí mi carrera profesional, intensificando mi experiencia en la actividad publicitaria, especializándome en el contacto directo con los clientes anunciantes, buscando nuevas herramientas y estrategias para llegar al público consumidor, etc., etc.

Mi actividad profesional fue derivando en distintas actividades que, por mi evidente perfil de comunicador social, siempre han llevado implícito el manejo de la comunicación con los demás. Con el tiempo también fui comprobando que la comunicación es un aspecto vital aun más importante al aplicarla constantemente en la vida cotidiana. Para quienes hemos hecho de ella una profesión parece tener dos niveles: el profesional y el personal. Frecuentemente desconocemos o nos olvidamos de un aspecto fundamental, la comunicación es parte del proceso que produce los pensamientos, lo hace basado en las mismas herramientas que utiliza para comunicarse con los demás y con él mismo.

Mi actividad publicitaria fue en mi vida la impulsora de decisiones que han marcado mi historia. La que inicié por la década de los ochenta en Cromo Publicidad S.A. en Bs. As. donde realicé un intensivo aprendizaje en todas las áreas de la publicidad en forma paralela al estudio en la Universidad Del Salvador. Durante seis años logré avanzar en responsabilidades y resultados; mi rol principal en la agencia era el de ejecutivo de cuentas cuando decidí cambiar de rumbo y ya casado y con dos hijos nos radicamos en el sur, específicamente a San Carlos de Bariloche.

En aquellos años, ya iniciados los 90, la Patagonia no ofrecía muchas alternativas a un profesional publicitario, los anuncios más audaces aún utilizaban placas de cartón y locuciones en "off". El cambio fue total, también en la actividad profesional, y durante varios años me especialicé en turismo y comercio. Valoré allí todo lo aprendido y

especialmente la flexibilidad que le brinda a una profesión que tiene un fin de ribetes para desarrollar. La comunicación fue fundamental en el trato con los turistas, en proponer una alta calidad en la atención que recibían no solo argentinos sino visitantes provenientes de todo el mundo. Viajeros que regresaban años más tarde en búsqueda del paisaje maravilloso y de esa relación que se había creado mágicamente en unos pocos días de estadía. Luego el desafío fue ingresar en el mundo de los seguros de vida, vender uno de los productos considerados más difíciles de promocionar, más en una sociedad que no tenía incorporada la necesidad ni la costumbre de adquirirlos. La experiencia fue única. El contacto personal me hizo crecer profesionalmente en forma geométrica, no solo les ofrecía y asesoraba en seguros de vida, al poco tiempo manejaba todo tipo de seguros.

El trabajo publicitario, la atención turística y la venta directa desarrollaron en mí una serie de técnicas y conocimientos que sin saber cómo funcionaban exactamente, producían resultados en forma precisa y eficaz.

A mediados de los 90 ingresé en la dirección de marketing del supermercado local, otra experiencia fascinante donde pude desarrollar la primera tarjeta de fidelización del interior, un club que, con la suma de puntos por consumos, ofrecía innumerables beneficios. Participé de la inauguración de una sucursal en Buenos Aires (Recoleta) y prácticamente la primera forma de compra virtual desde el hogar vía PC. En ese entonces, todavía con el uso del fax, ya que aún no había parque suficiente de usuarios de Internet.

Para sintetizar, mi historia profesional nos regresa a la publicidad, con la creación, en Bariloche, de “RX Imagen y Comunicación” y finalmente en mi incorporación a la dirección de marketing de la Cooperativa de Electricidad Bariloche LTDA (CEB) donde desarrolle mis funciones por más de tres años. Allí establecí las estrategias comerciales y de comunicación para el lanzamiento de la primera ciudad digital, Bariloche en Red, con los servicios de Video Cable, Telefonía e Internet. También fue mi responsabilidad la dirección de equipos de ventas para cada uno de esos servicios más otros relacionados a los celulares, salud, sepelios, etc. En la actualidad sigo con el asesoramiento a la cooperativa en los negocios de telefonía y video cable.

La suma de todas las actividades y roles profesionales que fui desarrollando durante los últimos 20 años me han llevado a estudiar e investigar sobre los aspectos menos conocidos u ocultos de la comunicación: *La comunicación que no se ve*, la que aplicamos todos los

días, no solo profesionalmente en campañas publicitarias, sino también en nuestras relaciones laborales, con nuestra familia y amigos y sobre todo, con nosotros mismos.

Mis inquietudes

El hecho de saber armar estrategias de comunicación para vender un producto, para ofrecer un nuevo servicio, para mejorar o posicionar la imagen de una empresa o una organización me llevaron a analizar más profundamente los aspectos que afectaban a la comunicación entre las personas.

Cuando tuve que asesorar a políticos o personajes públicos de nuestra comunidad e ingresar en el minucioso análisis de sus gestos, tonalidad de voz, vestimenta, su ritmo de respiración, observé que si bien sabía cómo llegar al público objetivo con un mensaje claro y persuasivo, mucho de lo que creaba, hacía y llevaba adelante era fruto de mi experiencia en el tema, de mi intuición y de los conocimientos que la inmensidad de esta disciplina abarca, pero reconociendo que había innumerables aspectos que no llegaba a comprender en su forma y en sus consecuencias.

La inquietante sensación de ser un especialista en un tema que abarca demasiados aspectos que, como personas, generalmente no dominamos, me llevó a la tarea de investigar técnicas y modelos que en principio intentan dar respuestas a muchas de mis inquietudes sobre la materia.

Mi investigación

Durante mi carrera profesional fueron muchos los cursos en los que participé, conferencias, charlas y seminarios, todo tipo de encuentros que generalmente dejaban algún nuevo tema para explorar y algo para aprender. Siempre trataban de lo mismo, más o mejor de lo mismo pero siempre me iba con la sensación de estar dando vueltas en círculos.

Comencé a investigar y dentro de esta búsqueda ingresé en un nuevo mundo, algo diferente a lo demás, que tenía algo de psicología, sociología, hasta algo de espiritual o religioso.